Serait-ce la fin de l'art ?

Aujourd'hui, on peut déplorer une certaine dépendance de l'art à l'égard de la technique. (Cf. Industrie de la musique, du cinéma et les critères commerciaux de production)

La remise en cause du caractère unique de l'œuvre d'art

La technique a remis en question le rapport direct entre le produit d'un auteur et le public.
(Ex de la musique : transmise par la radio, la TV, Les CD et Internet !)
Dans les arts plastiques, on peut observer le même type d'évolution, avec les reproductions imprimées.

Walter Benjamin : la reproductibilité de l'œuvre lui fait perdre son aura.
On peut parler de **consommation culturelle de masse**.
L'art est affecté par les moyens de sa diffusion.
(L'auteur de films par exemple doit tenir compte de la demande du grand public et d'impératifs commerciaux.)
Mais la création d'œuvres parvenant à s'abstraire des critères dictés par la consommation de masse se poursuit également.

Vers une nouvelle définition de l'art

Selon Marcel Duchamp, l'art n'a plus le monopôle de la beauté.
Celui-ci se définit comme un « **anartiste »,** signifiant ainsi son refus à l'égard de la traditionnelle conception de l'art. En 1913, il lance le « **ready made** ».
En 1917, il expose « Fountain » (urinoir à l'envers), dans une démarche volontairement provocatrice. **« L'objet choisi ne doit avoir aucune chance de devenir beau, joli, agréable à regarder ou laid. »**

Le rôle de l'artiste consiste à choisir l'objet, le lieu d'exposition. (C'est en la plaçant dans un musée en la « baptisant » que l'artiste crée l'œuvre, à travers un engagement purement conceptuel.)
Celui qui découvre l'œuvre a autant d'importante que celui qui la propose. Le spectateur « fait » l'œuvre autant que l'artiste.

Andy Warhol, quant à lui, **propose des œuvres que rien ne distingue de l'objet banal qu'elles reproduisent.** (Ex : Les boîtes Campbell, les produits ménagers Brillo…)

« N'importe quel objet du monde est apte à constituer pour quiconque une base de fascination et d'illumination. » Jean Dubuffet